

송혜교가 손 대면...마시던 '물'까지 품질

연기자 송혜교가 tvN '남자친구'에서 착용하는 아이템들이 방송 2회 만에 화제를 모으고 있다.

사진출처 | tvN 방송화면 캡처

방송 2회만에...‘송혜교 〇〇〇’ 점령

tvN 드라마 ‘남자친구’ 속 제품 인기
립스틱·구두 등 3040 여성들 열광

역시 송혜교다. 그가 주연으로 나선 tvN 수목드라마 ‘남자친구’가 방송 2회 만에 ‘송혜교 〇〇〇’라는 타이틀로 온·오프라인을 점령했다. 30~40대 여성들의 ‘워너비’로 오랜 시간 자리해온 송혜교의 스타

파워를 실감케 한다.

‘송혜교 〇〇〇’은 그가 드라마에서 입고, 바르고, 들고, 착용하는 등 머리부터 발끝까지 걸치는 모든 제품을 말한다. 그와 연관된 것이라면 작은 소품 하나라도 화제가 되고 있다.

극중 송혜교는 유명 정치인의 딸로, 재벌 2세와 이혼한 뒤 호텔을 경영하는 인물로 등장한다. 한 마디로 로열 패밀리. 이를 화면 속에서 표현하기 위해 송혜교는 단아함과 고급스러움을 강조한다.

여성 시청자들은 1·2회 방송 후 곧장 ‘송혜교 분석’에 돌입했다. 송혜교가 사용한 립스틱, 귀걸이, 구두, 가방, 의상 등 제품의 브랜드 정보를 트위터와 인스타그램 등 각종 SNS와 인터넷 커뮤니티 사이트에 퍼다 나르고 있다. 구매욕을 자극하기에 충분하다.

‘송혜교 효과’는 실제로 매출로 이어지는 만큼 광고계에서도 촉각을 드려내고 있다. 전작인 ‘태양의 후예’에서 송혜교가 바른 립스틱 ‘라네즈 투톤 립바’는 방송을 통

해 공개된 후 사흘 만에 품절됐다. 그가 마신 생수도 ‘송혜교의 물’로 불리며 순식간에 팔려나갔다.

송혜교가 올해까지 10년간 모델로 활동했던 화장품 브랜드와 계약을 종료하고 새로운 브랜드의 얼굴로 나서면서 관련업체도 ‘송혜교 효과’에 기대를 걸고 있다. 드라마가 이제 막 시작했다는 점은 송혜교가 앞으로 선보일 극중 스타일에 또 다른 관심이 집중될 것임을 예고하는 셈이다.

백슬미 기자 bsm@donga.com

연예

13

2018년 12월 6일 목요일

스포츠동아

#해시태그 킷



최화정 ‘패션 좀 하는 언니’

음식만 맛있게 먹는 언니가 아니다. 패션에서도 남다른 센스를 발휘한다. 방송인 최화정이 영화의 날씨에도 화려한 패션 감각을 선보였다. “상의는 영화 패션, 하의는 영상 패션”이라는 설명처럼 겹옷은 두터운 퍼 재킷을 입었고, 하의는 스커트 안에 스타킹을 신지 않고 맨다리를 드러냈다. “요즘 ‘패피’는 이렇게 입는다고 우기면 된다”는 그다.

이정연 기자

#스포츠동아 #최화정 #유쾌상쾌통쾌 #월줄아는언니

알쓸연잡 〈알아두면 쓸데있는 연예 잡학사전〉

연예계 계속되는 ‘빚투’ 가족 빛은 갚아야 할까?

연예인 가족의 돈 문제와 관련한 의혹 제기와 폭로가 끊이지 않고 있다. 이영자, 이상엽, 소녀시대 멤버 티파니까지 이른바 ‘빚투’(나도 떼었다) 의혹에 휘말리면서 이들은 대응 방안을 고심 중이다. 앞서 논란에 휩싸인 연예인들도 가족의 채권채무 유무를 파악하고 “원만하게 해결하겠다”며 적극적으로 대응하고 있다.

세간의 시선은 지난달 ‘빚투’ 논란이 처음 불거졌을 때와 다르게 부모의 죄를 자식에 묻는 ‘연좌제’에 대한 비판과, 대중의 관심으로 경제적인 지위를 얻은 만큼 해당 연예인들의 일정한 도의적 책임에 대한 요구 등 다양하게 형성되고 있다. 이에 대한 관심은 부모를 비롯한 가족의 빚을 해당 연예인이 갚을 의무가 있는가의 문제로 쏠리고 있다. “자식으로서 최선을 다 하겠다”고 한 연예인들은 과연 부모의 빚을 갚을 책임이 있는 것일까.

일단 부모의 빚을 자녀들이 갚아야 할 법적 책임은 없다. 민법 등 현행 법률상 자녀가 빚까지 상속받지 않는 이상 부모의 빚을 갚을 의무는 지지 않는다. 채권 소멸시효(민법 162조)도 10년이다. 물론 자녀가 부모의 빚에 연대보증을 했다면 책임을 져야 한다. 이는 의혹을 제기한 쪽이나 해당 연예인들도 잘 알고 있는 사실이다.

다만 연예인 가족의 채무 의혹을 공개적으로 제기하는 것은 빚을 떠른 시일 안에 받을 수 있지 않을까 하는 채무자의 기대심리가 반영된 것으로 보인다. 이미지가 생명인 연예인들로서는 심리적 압박으로 인해 도의적 책임을 질 수밖에 없기 때문이다.

이정연 기자 annjoy@donga.com

한국영화 7년연속 1억 관객...흥행 좌우한 3대 키워드



‘신과함께: 인과 연’



‘곤지암’



‘완벽한 타인’

1 시리즈 호감 2 기획력 번쩍 3 리메이크 반전

‘신과함께’ ‘탐정’ 등 후속편 대성공
‘공작’ ‘곤지암’ 색다른 접근법 신선
‘완벽한 타인’ ‘독전’ 등 원작 능가해

한국영화가 7년 연속 1억 관객을 넘어섰다. 2012년 처음 1억 관객시대를 연 이래 매년 기록을 유지, 올해는 11월30일을 기점(영화진흥위원회)으로 또 다시 돌파했다. 이를 향한 냉정한 평가와 전망도 따르고 아직 12월 상황이 남아있긴 해도 올해 한국영화는 콘텐츠 면에서 의미 있는 도전과 성과가 꾸준히 이어졌다. “한국영화와 극장은 조정기를 겪고 있다”는 전찬일 영화평론가의 진단처럼 ‘시리즈’의 등장과 흥행이 이어졌고, 다양한 ‘리메이크’ 시도 역시 성과를 냈다. ‘완벽한 타인’으로 대표되는 ‘빛나는 기획력’이 관객을 때리시킨

사실도 눈에 띈다.

●시리즈 안착...가능성과 한계 공존

올해도 1억 관객을 돌파한 계기는 ‘신과함께’ 시리즈의 성공이 결정적이다. 지난해 12월과 올해 8월 이어진 두 편이 2700만 관객을 모았고, ‘탐정:리턴즈’(315만) 역시 시리즈의 가능성을 증명했다.

‘신과함께’ 투자배급사인 롯데엔터테인먼트 강동영 팀장은 “시리즈의 후속편부터는 1편이 구축한 세계관 아래 이야기가 진행되고, 영화에 가장 필요한 인지도나 호감도 면에서도 유리한 위치를 확보할 수 있다”고 말했다.

내년에는 ‘타짜3’, ‘마녀2’ 등이 예고된 가운데 일부에선 우려의 시선도 꺼낸다. 이야기가 반복될 경우 관객 피로도가 높아진다는 ‘한계론’이다. 그럼에도 시리즈가 속도를 내는 이유는 분명하다. 성공한 1편

이 다진 인지도를 발판 삼을 때 후속편을 기획, 제작하는 데 부담이 줄어들기 때문이다.

●빛나는 기획력...익숙한 장르라도 새롭게

첩보액션 ‘공작’(497만)은 총력전 한 번 없이 말로 싸우는 ‘구강 액션’으로 관객에 신선하게 다가섰다. 공포영화 ‘곤지암’(267만)도 유튜브 생중계 방식을 접목, 1020만 관객을 사로잡았다.

가장 탁월한 기획력을 보인 작품은 ‘완벽한 타인’이다. 이탈리아 영화를 원작 삼았지만 이야기와 인물 설정, 설계는 새롭게 창조했다. 기발한 기획과 완성도가 입소문 확산에 기여, 개봉 5주째에 500만 관객을 돌파한 사실은 시사하는 바가 크다.

전찬일 평론가는 “액션이라는 장르에서 본다면 외향적인 액션이 아닌 인물 간 대사와 성격을 통한 내적인 액션을 완성했

다”며 “제작비 40억원 규모 작품의 성공이란 점에서 더 이상 큰 영화의 계속된 성공은 불가능하다는 사실을 드러내보였다”고 밝혔다.

●리메이크 발굴...덜 알려진 원작 ‘현지화’

한쪽에선 ‘소재 고갈’을 지적하지만 어쨌든 잦은 리메이크 시도는 빼놓기 어렵다. 4일 기준 한국영화 흥행 3, 4위인 ‘완벽한 타인’(513만)과 ‘독전’(506만)이 대표적이다. 리메이크의 성패는 얼마만큼 우리 정서에 맞게 이야기를 각색하느냐에 달렸다. 국내에서도 마니아 팬을 지닌 일본영화와 소설을 원작 삼은 ‘지금 만나러 갑니다’(206만), ‘리틀 포레스트’(150만)의 흥행이 좋은 예다. ‘바람바람바람’, ‘사라진 밤’처럼 인지도가 낮거나 전무한 원작을 발굴해 새롭게 접근하기도 했다.

이혜리 기자 golf1024@donga.com

구글 키워드로 본 영화 ‘보헤미안 랍소디’ 돌풍

프레디 머큐리·라이브 에이드 재소환 11월초 ‘퀸’ 관심도 최고지수 100 찍어

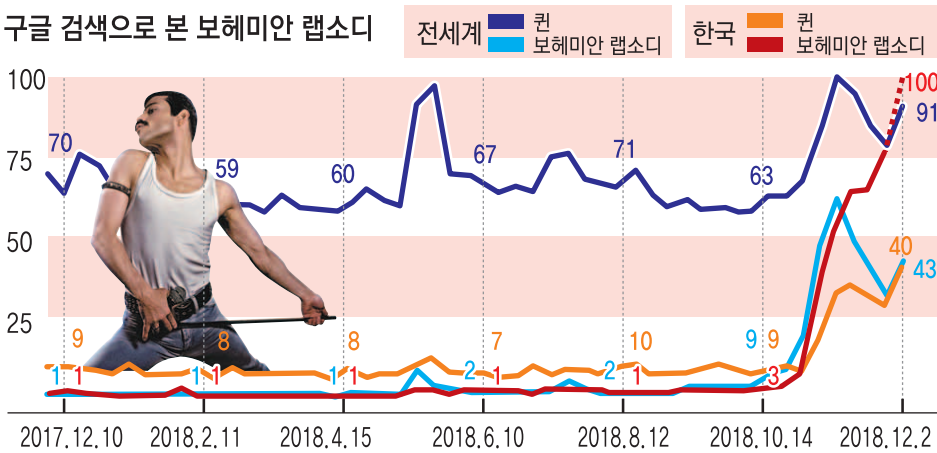
영화 ‘보헤미안 랍소디’가 일으킨 열풍이 뜨겁다. 프레디 머큐리와 그가 리드보컬로 활약한 그룹 퀸의 이야기 그리고 이들의 음악을 담아낸 영화는 한국에서 전국 600만 관객을 돌파하며, 특히 20~30대 관객의 높은 관심을 이끌어내고 있다. 흥행 요인 등 그에 따른 분석도 넘쳐난다.

이 같은 한국의 흥행 성과는 전 세계 2위에 해당한다. 전 세계 박스오피스를 보여주는 박스오피스 모조에 따르면 ‘보헤미안 랍소디’의 최대 흥행국은 퀸의 조국인 영국이다. 3위는 프랑스이며, 일본과 호주 등이 뒤를 잇고 있다.

영화의 세계적 흥행은 퀸과 그들의 음악에 대한 새로운 관심을 불러 모으고 있다고 해도 과언이 아니다. 구글의 검색량을 바탕으로 전 세계 누리꾼의 관심도를 보여주는 구글 트렌드는 이 같은 사실을 말해준다.

‘Queen’(퀸) ‘Bohemian Rhapsody’(보헤미안 랍소디) ‘Live Aid’(라이브 에이드) ‘Freddie Mercury’(프레디 머큐리)를 대표 키워드로 삼아 검색 흐름과 관심도를 구글 트렌드를 통해 살펴본 결과, 영화가 전 세계 동시 개봉한 10월 29일을 전후해 지수가 급증했다.

지난 1년 동안 전 세계 누리꾼의 ‘Quee



n’에 대한 관심도는 11월 초 최고 지수인 100을 기록했다. 한국을 비롯해 상위 흥행 5위권 나라들의 상황도 크게 다르지 않았다. 이와 함께 올해 5월 영화의 티저 예고편이 공개된 시점에 영국과 호주 등에서 100을 기록한 점도 눈길을 모은다.

다만 대부분 흥행국과는 달리 한국에서는 4개의 키워드 모두 관심도 지수 20에도 미치지 못했지만 영화가 개봉한

윤여수 기자 tadada@donga.com